

هیاھوی نظرسنجی‌های انتخاباتی

هرچه به روز های آغاز تبلیغات انتخاباتی نامزدها نزدیک‌تر می‌شویم جریان‌های سیاسی و طرفداران نامزدها هر کدام تلاش می‌کنند تا با مستندسازی‌های ظاهری، کفه ترازو را به نفع نامزد مدنظر خود سنگین کرده یا سطح مشارکت مردم در انتخابات را بنا به نظر خود به تصویر بکشند.



کارشناسان بر این باورند نظر سنجی‌ها باید علمی، فراگیر و با توجه به عامل زمان و مکان انجام شود
هیاھوی نظرسنجی‌های انتخاباتی

هرچه به روز های آغاز تبلیغات انتخاباتی نامزدها نزدیک‌تر می‌شویم جریان‌های سیاسی و طرفداران نامزدها هر کدام تلاش می‌کنند تا با مستندسازی‌های ظاهری، کفه ترازو را به نفع نامزد مدنظر خود سنگین کرده یا سطح مشارکت مردم در انتخابات را بنا به نظر خود به تصویر بکشند.

در حالی که در جامعه همواره حدس‌ها و گمان‌ها یا برداشت‌هایی شخصی در این باره وجود دارد، اما لازمه درک گرایش‌ها و علایق افکار عمومی داشتن منابع معتبر اطلاعاتی و برنامه‌ریزی‌های مشخص است.

نظرسنجی‌های معتبر یکی از این منابع اطلاعاتی هستند که در زمان انتخابات به یکی از حساس‌ترین و جنجال برانگیزترین انواع نظرسنجی‌ها مبدل می‌شوند.

در ایران نهادهایی چون صداوسیما، وزارت اطلاعات، خبرگزاری‌هایی چون ایرنا و فارس و ایسنا، دانشگاه آزاد اسلامی، نیروی مقاومت بسیج، نیروی انتظامی و نیز برخی نهادهای زیرمجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و برخی از نهادهای غیردولتی اقدام به نظرسنجی می‌کنند.

جامعه آماری، تیم پرسشگر و تحلیلگر، توان و قابلیت علمی، تجربه و قدمت فعالیت، صحت عملکرد، جانبدارانه نبودن و رعایت بی‌طرفی، طبقه‌بندی و رعایت همه ضوابط علمی از جمله معیارهایی است که می‌توان عملکرد نهادهای مختلف را در نظرسنجی‌ها مورد بررسی و نتایج آن را مورد توجه قرار داد.

بررسی نظرسنجی‌های انجام شده در انتخابات 88 و نتایج حاصل از رای مردم نشان می‌دهد که نظرسنجی‌های صداوسیما همواره از اعتبار و دقت بسیار بالایی برخوردار بوده است.

نواقص در نظرسنجی‌ها

در حال حاضر این نکته مطرح است که نظرسنجی‌های انتخاباتی که این روزها انجام می‌گیرد تا چه اندازه صحت دارد و چقدر می‌توان به نتایج آن اعتماد کرد.

جواد جهانگیرزاده نماینده مجلس و کارشناس جامعه‌شناسی در خصوص صحت نظرسنجی‌های انتخاباتی به جام‌جم گفت: باید منتظر شد و نظرسنجی‌های مختلف را دید. نمی‌توان به این زودی ارزیابی کرد که کدام نظرسنجی و کدام مرکز در این رابطه کاملاً درست عمل می‌کند. باید ما چند نظرسنجی را در کنار هم داشته باشیم و در آن زمان می‌توان تشخیص داد که آیا نظرسنجی‌ها مبنای دقیقی دارند یا نه؟

وی با اشاره به تفاوت بالای نتایج برخی نظرسنجی‌های مشابه افزود: يك اندازه‌ای از تفاوت در نظرسنجی‌ها قابل قبول است و بیشتر

از آن پذیرفته نمی‌شود وقتی تفاوت نظرسنجی‌های مشابه از يك مقدار مشخص بیشتر می‌شود می‌تواند نشانه‌ای از این باشد که یکی از نظرسنجی‌ها با سوگیری انجام شده است.

یکی از آسیب‌های جدی در انجام نظرسنجی‌های مهم و حساسی چون نظرسنجی‌های انتخاباتی، محدود بودن نمونه آماری نظرسنجی است. متأسفانه برخی از نهادها یا ارگان‌ها با انجام نظرسنجی‌های محدود در سطح شهرهای بزرگ یا با نمونه آماری نامتناسب، زمینه فهم نادرست از گرایش‌های موجود در همه جامعه ایران را فراهم می‌سازند.

جهانگیرزاده با بیان این‌که نظرسنجی‌ها باید به‌گونه‌ای انجام شود که قابل اعتنا باشد در این باره تصریح کرد: نظرسنجی‌ها باید دسته‌بندی شود، مناطق جغرافیایی مشخص شود میان آحاد مردم برگزار شود، هم شهرها و هم روستاها در آن در نظر گرفته شود.

وی با اشاره به این‌که لازم است تا تمام قواعد علمی نظرسنجی در نظرسنجی‌های انتخاباتی مدنظر قرار گیرد، افزود: اگر قرار باشد که نظرسنجی‌ها در شهرها انجام شود بیشتر باید از بخش‌های مختلف شهری گرفته شود یعنی هم طبقات اجتماعی و هم مشاغل مد نظر قرار گیرند و بحث زنان و مردان مشخص باشد.

دکتر امیر مسعود امیرمظاهری، جامعه‌شناس نیز در خصوص صحت نظرسنجی‌هایی که برای انتخابات انجام می‌شود، گفت: در این نظرسنجی‌ها عامل زمان، مکان و شناخت مردم از شخصیت‌ها اهمیت بسیاری دارد.

وی با اشاره به این‌که هنوز افکار عمومی درخصوص این مساله شکل نگرفته است و خیلی از سوالات و ابهامات در این باره وجود دارد، افزود: از سوی دیگر هنوز تبلیغات انتخاباتی آغاز نشده است و حتی اگر نظرسنجی صورت بگیرد خیلی خام است چون اطلاعات اولیه‌ای که برای شکل‌گیری افکار عمومی لازم است در جامعه به وجود نیامده است.

امیر مظاهری درخصوص شرایطی که نظرسنجی‌ها را قابل اعتنا می‌سازد، گفت: نظرسنجی‌ها باید قابلیت تعمیم به جامعه کل را داشته باشد و همه ویژگی‌های زمانی، مکانی، طبقات اجتماعی و لایه‌های اجتماعی را در بر بگیرد.

وی با اشاره به این‌که در نظرسنجی‌ها باید آمارهای جمعیتی در نظر گرفته شود، تصریح کرد: باید نسبت جمعیت شهری به روستایی، مرد به زن، تحصیلات در سطوح مختلف و توزیع جمعیت در شهرها و مناطق مختلف يك شهر در نظر گرفته شود و واقعا مشتم نمونه خروار باشد. در عین حال در بسیاری از این نظرسنجی‌ها بخصوص از نوع اینترنتی آن تمهیدات نرم‌افزاری و امنیتی برای جلوگیری از رای‌دهی چند باره، دستکاری‌های احتمالی در نتایج و حملات احتمالی نرم‌افزاری وجود ندارد.

نظرسنجی؛ دستمایه نظرسازی

مهدی فضائی، مدیرعامل انتشارات سروش و مدیرعامل اسبق خبرگزاری فارس نیز با اشاره به این‌که می‌توان نظرسنجی‌ها را به دو تا سه دسته تقسیم کرد، درباره میزان صحت نظرسنجی‌ها به جام‌جم گفت: برخی اقداماتی که در فضای مجازی توسط سایت‌ها انجام می‌شود قطعاً در چارچوب‌های علمی قرار نداشته و دامنه پرسشگری آنها و پاسخگویانشان بسیار محدود است.

علاوه بر این نوع طراحی سوالات در این نظرسنجی‌ها خود جای سوال دارد و در بسیاری از موارد دیده شده است که سوالات بی‌طرفانه نبوده و به گونه‌ای طراحی شده است که جهت‌گیری داشته و مورد خاصی را به مخاطب القا می‌کند.

فضائی با اشاره به این‌که طرح بعضی از پرسش‌ها در برخی از نظرسنجی‌ها نتیجه قابل اتکایی را دربر ندارد، افزود: دست‌اندرکاران این نوع نظرسنجی‌ها بر این نکته واقفند و بیشتر تلاش دارند تا این نظرسنجی‌ها را دستمایه يك نظرسازی قرار دهند.

این کارشناس مسائل سیاسی و رسانه با اشاره به این‌که برخی از نظرسنجی‌ها نیز از پایه علمی برخوردارند، اما در محیط‌های محدود مثلاً يك شهر برگزار می‌شوند، خاطرنشان کرد: این نوع نظرسنجی‌ها تنها در همان محدوده قابل اتکا است.

نکاتی که باید مورد توجه قرار داد

یکی از نکاتی که باید آن را مد نظر قرارداد این است که گرچه نتایج نظرسنجی‌ها تا حد بسیاری می‌تواند نتایج انتخابات را پیش‌بینی کند، اما الزاماً نامزدیهایی که در اکثر نظرسنجی‌ها در رتبه اول قرار دارند نامزد پیروز انتخابات نیستند. پیروزی سیدمحمد خاتمی در دوم خرداد 76 و محمود احمدی‌نژاد در سوم تیر 84 در حالی که این دو نفر در دوران انتخابات در نظرسنجی‌ها از رقبای خود پایین‌تر بودند، نشان داد که وجود برخی از عوامل محیطی می‌تواند در انتخاب نهایی مردم سرنوشت‌ساز باشد.

از سوی دیگر نظرسنجی‌ها باید در صحت کامل انجام شود چرا که در انتخابات سال 88 تاثیر نظرسنجی‌های نادرست خود را بشدت نشان داد. ستاد یکی از نامزدها از ابتدای تبلیغات، نظرسنجی‌هایی منتشر می‌کرد که نشان می‌داد او با اختلاف زیاد برنده انتخابات در همان دور اول است، اما وقتی نتایج انتخابات اعلام شد نه این نامزد و نه برخی از حامیان‌ش که مبنا را نظرسنجی‌های خود گذاشته بودند نتوانستند نتایج اعلام شده را بپذیرند و این امر برای مدتی فضای جامعه را ملتهب کرد. در این میان اما کمتر کسی توجه کرد که تا چه اندازه این نظرسنجی‌های اشتباه در این ناآرامی‌ها دخیل بوده‌اند. جواد جهانگیرزاده، نماینده مردم ارومیه در این باره به جام‌جم گفت: به اعتقاد من بخشی از نظرسنجی‌ها بر مبنای علایق صورت می‌گیرد. این به آن معناست که افراد مایل هستند به جای این که به واقعیت‌ها توجه کنند خودشان نظرسنجی‌ها را تنظیم کنند.

وی افزود: در عین حال باید بپذیریم که انتخابات ما انتخاباتی است که روزهای آخر در آن بسیار تعیین‌کننده است، حتی اگر همین حالا هم نظرسنجی‌ها را خیلی علمی برگزار کنیم با توجه به این‌که هنوز ثبت نام‌ها شروع نشده و صلاحیت‌ها تعیین نشده است نظرسنجی‌ها نظرسنجی احتمالی است، اما قاعدتا باید همه این کارها انجام شود و چند نظرسنجی متفاوت کنار یکدیگر گذاشته شود. وی با اشاره به انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری اظهار کرد: در این دوره، نظرسنجی‌ها جواب مناسب را به ما نداد و مشخص شد وقتی انتخابات هیجانی می‌شود، شور انتخاباتی بر نظرسنجی‌ها می‌چربد و در عین حال بحث مناظره‌های تلویزیونی و نوع تبلیغات نامزدها هم خیلی موثر است؛ در عین حال نظارتی بر نظرسنجی‌ها و چگونگی و سلامت انجام و صحت نتایج اعلامی آنها وجود ندارد که می‌تواند این نیاز از سوی دستگاه‌های نظارتی پاسخ داده شود.

امیرمسعود امیرمظاهری در باره این‌که چرا بیشتر نظرسنجی‌های صورت گرفته با واقعیت منطبق نیست، تصریح کرد: این امر دلایل مختلفی می‌تواند داشته باشد، یک بعد آن بعد روشی است که در آن جامعه آماری معرف کل جامعه نیست و لایه‌ها و طبقات خاصی از جامعه و نه همه آن را در بر می‌گیرد. یک بعد آن بعد چگونگی طراحی سوالات است که اگر به نوعی جهتگیری و القا شود موجب می‌شود که ناخواسته پاسخگویان هم پاسخی را بدهند که خوشایند آن پرسش‌کنندگان باشد.

وی افزود: در عین حال نبود امنیت روانی پاسخگویان و هراس احتمالی آنها از موضوع بحث دیگری است که در این زمینه مطرح می‌شود. اگر رای آوردن یا رای نیاوردن کاندیدایی با دیدگاه‌های نظام سیاسی نزدیک‌تر باشد ممکن است موجب شود پاسخگویان در پاسخ‌های خودشان، خودشان را سانسور کنند.

کتایون مافی / گروه سیاسی